

KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO  
CABANG SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen



Diajukan Oleh :

MARIA PRISTANTI ANDRIASTUTI

0712215020/ FE/EM

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2013

USULAN PENELITIAN  
KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO  
CABANG SURABAYA

Diajukan oleh:

MARIA PRISTANTI ANDRIASTUTI

0712215020/ FE/EM

Telah diseminarkan dan disetujui untuk menyusun skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika KW, MM.

Tanggal : .....

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM.

NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO  
CABANG SURABAYA

Diajukan oleh:

MARIA PRISTANTI ANDRIASTUTI

0712215020/ FE/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh :

Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika KW, MM.

Tanggal : .....

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

Drs. Ec. R. A. Suwaidi, MS.

NIP. 196003301986031003

SKRIPSI  
KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO  
CABANG SURABAYA

Disusun oleh:

MARIA PRISTANTI ANDRIASTUTI

0712215020/ FE/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi  
UPN "Veteran" Jawa Timur  
Tanggal 15 Maret 2013

Pembimbing :  
Pembimbing Utama

Dra. Ec. Nuruni Ika, MM.

MM.

Tim Penguji:  
Ketua

Dr. Prasetyo Hadi, MM  
Sekretaris

Dra. Ec. Nuruni Ika,

Anggota

Drs. Panji Sugiono, MM

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

Dr.H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM.

NIP. 196309241989031001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Allah Bapa dan Yesus Kristus atas segala kasih karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO CABANG SURABAYA “.

Penyusunan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungannya baik secara materiil maupun moril kepada penulis, untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, M.P, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika KW, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengarahkan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh staf Dosen dan Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku tercinta, yang sudah memberikan doa, dukungan serta kasih kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Suamiku Benardus Agung Rintoko & Buah hatiku Fransica Priscillia yang tercinta, terimakasih atas pengertian, pengorbanan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Adi Mardiono selaku Pimpinan PT. Elex Media Komputindo yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pada akhirnya penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan perlu adanya perbaikan, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran serta masukan-masukan bagi peneliti yang lain dimasa yang akan datang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 10 Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
ABSTRAKSI .....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian Marketing.....	11
2.2.2. Tujuan Pemasaran .....	13
2.3. Loyalitas Pelanggan .....	13
2.4. Perilaku Konsumen .....	14
2.5. Pengertian Produk .....	16
2.5.1. Pengolahan Produk.....	18

2.5.2. Kualitas Produk .....	20
2.6. Pengertian Harga .....	21
2.6.1. Pentingnya Harga.....	21
2.6.2. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.7. Kepuasan Pelanggan .....	22
2.7.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	22
2.7.2. Elemen Program Kepuasan Pelanggan.....	24
2.7.3. Alat Untuk Menelusuri Kepuasan Pelanggan.....	28
2.7.4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	29
2.8. Hipotesis.....	30

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.2. Populasi dan Sampel .....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4. Teknik Analisa Data .....	34
3.5. Pengujian Instrumen Penelitian (Kuisisioner) .....	53
3.6. Tahap Pengolahan Data .....	55

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Deskripsi Obyek Penelitian.....	42
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	42
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian .....	44



4.2.1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X).....	44
4.2.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	44
4.2.3. Deskripsi Variabel loyalitas Pelanggan (Z).....	45
4.3. Analisis Data .....	47
4.3.1. Evaluasi Outlier .....	47
4.3.2. Model Pengukuran PLS .....	48
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	50
4.4.4. Model Struktural PLS .....	51
4.4.5. Uji Kausalitas .....	51
4.4. Pembahasan .....	52
4.4.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Produk (X) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) .....	52
4.4.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kepuasan Konsumen(Y) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z).....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Saran .....	56

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

**KUALITAS PRODUK DAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN  
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
KOMIK TERBITAN PT. ELEX MEDIA KOMPUTINDO  
CABANG SURABAYA**

Oleh :

Maria Pistanti Andriastuti  
**ABSTRAK**

Perkembangan yang semakin maju pada industri edukasi utamanya buku komik dapat dilihat dengan semakin banyaknya hasil di pasaran yang bagus dan menarik pembaca. Dengan beragam bentuk dan desain pada cover depan maupun kenyamanan dan kecepatan dalam mendapatkannya, membuat para penerbit saling bersaing untuk merebut pangsa pasar yang semakin beragam. PT. Elexmedia Komputindo Cabang Surabaya sebagai salah satu diantara penerbit yang berkecimpung dalam usaha buku komik akan berusaha untuk memberikan hasil yang bagus dan terbaik pada setiap produk yang dipasarkannya, sehingga dikemudian hari akan tetap eksis sebagai salah satu produk yang selalu dicari oleh pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan terhadap loyalitas pelanggan komik terbitan PT. Elexmedia Komputindo Cabang Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah memiliki dan membaca komik terbitan PT. Elexmedia Komputindo Cabang Surabaya. Skala pengukuran menggunakan skala interval dan skala pembentukan menggunakan skala semantic differential scale. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti antara lain umur minimal 9 -18 tahun yang sudah suka membaca komik dan setia sebagai pelanggan tetap . Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada Konsumen yang membeli dan membaca komik terbitan PT. Elexmedia Komputindo Cabang Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM (Structural Equation Modeling) untuk melihat hubungan kausalitas antar faktor.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa kualitas produk tidak mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Keyword :** Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang.

Dalam era globalisasi yang dewasa ini semakin berkembang maka kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan juga semakin pesat. Masyarakat yang semakin maju dalam pemikiran sangat membutuhkan informasi & hiburan .

Banyak cara bagi masyarakat dalam memperoleh informasi dan hiburan yang dibutuhkan, diantaranya dengan mencari informasi dan hiburan tersebut di internet, melihat televisi, mendengar radio maupun membaca buku.

Dalam abad informasi, budaya atau kebiasaan membaca , kemampuan mencari dan memanfaatkan informasi perlu dikembangkan sejak dini. Keterampilan informasi merupakan bekal yang diperlukan untuk terjun ke dunia modern yang penuh persaingan. Mereka yang berhasil adalah mereka yang menguasai informasi. Hal ini tentunya ditunjang dengan adanya minat baca, dan minat terkadang didapatkan dari hobi.

Remaja seringkali membaca bacaan yang “ ringan “ sebagai hobi. Bacaan ringan tersebut dapat berupa buku dalam bentuk cerita yang dikenal novel ( novel bagi remaja disebut “ teenlit”), tabloid atau majalah yang berisi berita terhangat yang diinginkan remaja, atau yang saat ini sedang populer dibaca remaja adalah komik ( buku cerita bergambar).

Diharapkan dengan adanya bacaan yang ringan khususnya komik akan menumbuhkan minat membaca dalam diri remaja.

Komik Indonesia memang sudah tidak populer lagi dikalangan remaja. Komik yang sering dibaca adalah jenis komik yang dibuat oleh penulis/ komikus Jepang atau secara internasional lebih dikenal dengan 'Manga'.

Manga saat ini banyak dikenal publik adalah jenis manga untuk kategori remaja laki-laki atau perempuan . Manga untuk remaja laki-laki disebut Shounen 'manga' sedangkan untuk remaja perempuan disebut dengan Shoujo 'manga'.

Akibat banyaknya jenis manga, menimbulkan perbedaan kualitas antar manga tersebut. Perbedaan tersebut dilihat dari jalan cerita, penulis manga (mangaka), penerbit dan bahkan tampilan atau design cover manga dapat mempengaruhi untuk dapat membuat remaja tertarik, dan bahkan apakah dapat membuat pembaca manga tersebut merasa puas atau tidak puas.

Dewasa ini banyak sekali penerbit buku yang menerbitkan manga , mulai dari yang isinya berkualitas sampai dengan yang isinya kurang berkualitas. Masih banyak juga penerbit yang kurang bertanggung jawab terhadap kualitas isi buku yang diterbitkan, karena mereka hanya mengejar keuntungan semata dengan menerbitkan manga yang kurang berkualitas namun laris dipasaran.

Dalam usahanya untuk menembus pasar, beberapa penerbit besar di Indonesia saling berlomba untuk menerbitkan manga berkualitas yang dapat memberikan kepuasan kepada para konsumennya. Hal ini tentunya dengan tujuan agar perusahaan dalam meraih tingkat keuntungan tertentu bisa tercapai, maka penerbit harus berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk

dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan ( Kotler 2000). Untuk memperoleh kepuasan dari pembaca manga ini, pembaca manga atau konsumen mengeluarkan sejumlah biaya yang biasanya dari uang saku mereka, karena para pembaca manga ini belum memiliki penghasilan tetap. Sehingga banyak diantara para konsumen yang memilih dalam membeli manga. Hal ini dikarenakan selain harga manga yang cukup mahal, para konsumen pembaca manga takut dikecewakan atau tidak puas akibat isi dan kualitas dari manga tersebut. Oleh karena itu banyak konsumen yang memutuskan membeli manga tertentu saja sesuai dengan penulis manga yang menjadi faovoritnya.

Untuk manga yang berkualitas baik dari sisi kualitas jalan cerita manga, kualitas desain cover, maupun kualitas hasil cetak manga, diterbitkan oleh beberapa penerbit besar di Indonesia.

Ada 5 penerbit manga di Indonesia yang legal, menurut Customer Satisfaction Index yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pembaca yang dapat dilihat dalam Tabel 1 & Tabel 2.

Tabel 1.1 Kriteria CSI

Nilai CSI (%)	Kriteria CSI
81 - 100	Sangat Puas
66 - 80	Puas
51 - 65	Cukup Puas
35 - 50	Kurang Puas
< 34	Tidak Puas

Sumber : data diolah

Tabel 1. 2. Hasil Customer Satisfaction Index Penerbit ‘Manga’

Penerbit	Nilai CSI Penerbit (%)	Kriteria CSI
Elex Media Komputindo	79	Puas
M & C	82	Sangat Puas
Level Comic	81	Sangat Puas
Alcolyte Publishers	76	Puas
PT. Indorestu Pacific	85	Sangat Puas

Sumber : data diolah

Selain menjaga kualitas untuk memberikan kepuasan kepada konsumen pembaca ‘manga’, penerbit juga akan berusaha memudahkan para konsumennya untuk mendapatkan manga yang diinginkan. Dari konsumen pembaca manga akan timbul sumber kegiatan pemasaran yaitu pada saat terjadi proses pembelian dan proses setelah pembelian. Menurut Stanton(1996:160), Bahwa yang menentukan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan terletak pada serangkaian tindakan keputusan yang menyangkut Harga, Kualitas, Merk, dan kemudahan mendapatkan produk. atribut-atribut yang membentuk keputusan konsumen. Saat ini konsumen semakin selektif dalam memilih barang dan jasa yang akan dibeli, oleh karena itu perusahaan perlu mengetahui keputusan konsumen dalam membeli. Pada dasarnya pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus dalam bentuk marketing mix, tetapi juga dipengaruhi oleh factor-faktor yang bersifat personal. Dengan memahami kedua hal tersebut diharapkan perusahaan mampu memotivasi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli.

Manga terbitan PT.Elex Media Komputindo yang akan kita teliti, karena manga yang diterbitkan oleh PT Elex Media berkualitas dalam hal gambar dan, isi serta hasil cetaknya, sehingga menimbulkan kepuasan para pembacanya. Untuk meningkatkan penjualan manga para pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja konsumen, karena studi-studi ini akan memberikan petunjuk-petunjuk untuk mengembangkan produk baru, ciri-ciri , produk, harga, model dan kualitas agar produk yang ditawarkan benar-benar memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen, karena jika pemasar kurang memperhatikan hal ini konsumen akan beralih pada ‘manga’ yang dirasa lebih daripada ‘manga’ sejenis lainnya.

Saat ini distribusi ‘manga’ terbitan PT Elex Media Komputindo sudah tersebar di berbagai kota di Indonesia, tidak hanya pada toko buku besar saja, melainkan juga didistribusikan pada lapak-lapak dan beberapa kedai buku yang tersebar di seluruh Indonesia. Berikut ini adalah data penjualan ‘manga’ terbitan PT. Elex Media Komputindo untuk wilayah Surabaya, Jawa Timur dan Indonesia Bagian Timur untuk periode Bulan Januari 2010 sampai dengan Bulan Desember 2010 .

Tabel.1.3 Data Penjualan Manga PT Elex Media Komputindo  
Wilayah Jatim & Indonesia Timur  
Tahun 2012

Bulan	Shounen Manga	Shoujo Manga	Total
Januari	978,579	896,800	1,875,379
Februari	547,639	406,119	953,758
Maret	485,743	383,607	869,350
April	475,532	326,361	801,893
Mei	493,256	280,173	773,429
Juni	354,231	378,115	732,346
Juli	432,263	293,156	725,419
Agustus	327,356	393,481	720,837
September	354,634	365,994	720,628
Oktober	323,427	387,298	710,725
November	425,635	283,965	709,600
Desember	354,235	354,966	709,201

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data tersebut , maka dapat dilihat bahwa penjualan buku PT. Elex Media Komputindo mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan disebabkan oleh beberapa hal meliputi : munculnya beberapa penerbit pesaing yang menerbitkan manga dengan tema yang hamper sama dengan ‘manga’ terbitan PT. Elex Media Komputindo, isi buku ataupun jalan cerita buku yang kurang menarik minat konsumen pembaca ‘manga’, desain cover buku yang kurang menarik serta judul buku yang kurang membangkitkan keinginan para konsumen pembaca ‘manga’ untuk membeli.



Konsumen merupakan aset yang tidak ternilai bagi sebuah usaha , hal ini disebabkan adanya konsumen sebagai pihak yang membutuhkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh jenis usaha tersebut.

Dalam persaingan yang semakin ketat, maka peningkatan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana kualitas produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen pembaca ‘manga’ , jika konsumen pembaca ‘manga’ PT. Elex Media Komputindo merasa puas terhadap kualitas isi jalan cerita, kualitas gambar maupun hasil cetak maka para konsumen pembaca ‘manga’ akan memutuskan untuk membeli dan membaca ‘manga’.

Atas uraian tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi terciptanya loyalitas konsumen terhadap produk.( Agyl Satrio Hutomo, 2008).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kegiatan penjualan menurut Swasta (2002;405-409) tersebut diantaranya adalah kondisi dan kemampuan penjual, kondisi pasar, periklanan, peragaan, promosi, pemberian hadiah, jenis dan karakteristik barang yang dijual, kualitas produk, harga produk, syarat penjualan (cash atau kredit) dan pelayanan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang “ Analisa Kualitas Produk dan Tingkat Kepuasan Konsumen Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Buku Terbitan PT. Elex Media Komputindo Cabang Surabaya”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk (X) terhadap loyalitas pelanggan (Z)?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z)?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk membuktikan tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk membuktikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan.

Memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak yang ada di dalam perusahaan yang bersangkutan guna memenuhi kebutuhan akan keinginan konsumen serta mengembangkan bisnis penerbitan buku.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis terutama dalam bidang manajemen pemasaran serta tambahan secara praktis dalam dunia usaha.

### 3. Bagi UPN

Dapat dijadikan referensi dan sebagai sumbangan serta bahan pembanding untuk dasar penelitian berikutnya yang ingin membahas masalah ini lebih lanjut.